

***Analisis usaha industri advertising di Kota Pekanbaru***

***Oleh:***

***Fery Setiawan***

***Hj.Toti Indrawati, SE, M.Si***

***Nobel Aqualo, SE, M.Ec***

*Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia*

*email : [fery46setiawan@gmail.com](mailto:fery46setiawan@gmail.com)*

*Analysis of the advertising industry businesses in the city of Pekanbaru*

***ABSTRACT***

*Advertising industry has a good prospects when compared with the past and the present. This research is done for look at the feasibility of the advertising industry with Break Even Point analysis. This study consists of 48 advertising industry existing Pekanbaru in 2012. As for the resulting product is silk screening, billboard, banner, and advertisement (web line advertising).*

*The results of the study showed that the total production which is derived from business advertising to average production amounted to Rp16.848.577,- per month. With total the amount of the production costs incurred by Rp10.638.333, so the amount of the revenue that is obtained by Rp6.210.244,- To the value of BEP unit is; silk screening 18 unit, billboard 9 unit, banner 34 unit, advertisement (web line advertising) 3 unit. And BEP rupiah is; silk screening amounted to Rp496.773,- , billboard amounted to Rp1.037.078,- , banner amounted to Rp942.439,- , and advertisement (web line advertising) amounted to Rp138.378,-.*

*Advertising industry is expected to maintain the quality of materials and services that are already good, and has strong competitiveness to be able compete with other advertising industries.*

*Keywords : Advertising Industry, Break Even Point, Cost, Revenue, Marketing, Labour*

## PENDAHULUAN

Salah satu industri yang berkembang di Kota Pekanbaru adalah industri *advertising*. Industri *advertising* yang dimaksud disini adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu) yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi. Dan iklan yang dihasilkan misalnya ; riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak ( surat kabar, majalah dan elektronik), pemasangan poster dengan gambar, penyebaran selebaran, panflet, edaran, brosur, dan reklame sejenis.

Industri *advertising* di Kota Pekanbaru tiap tahunnya terus mengalami peningkatan jumlah yang cukup signifikan. Terbukti dengan menjamurnya usaha-usaha periklanan yang terdapat di Kota Pekanbaru. Tapi yang jadi permasalahan, apakah usaha periklanan ini layak atau tidak untuk dilaksanakan dan dapat berjalan dengan kontiniu serta dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Untuk masa yang akan datang prospek pengembangan industri *advertising* ini mempunyai prospek yang baik bila dibandingkan dengan masa lalu dengan masa sekarang. Ini

bisa dilihat dari adanya kemajuan dan perkembangan teknologi dalam memproduksi produk-produk dari industri *advertising* dari waktu ke waktu memberikan hasil yang maksimal dan juga berkualitas. Hal ini dikarenakan industri *advertising* sangat diperlukan dalam menunjang perekonomian sebagai media dalam promosi serta pemasaran produk-produk perekonomian lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas tentang keadaan industri khususnya industri *advertising* di Kota Pekanbaru, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

Apakah usaha pada industri *advertising* di Kota Pekanbaru layak untuk di jadikan peluang usaha ?

## METODE PENELITIAN

### I. LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

Lokasi penelitian ini diambil di Kota Pekanbaru khususnya pada industri –industri *advertising* yang bergerak di bidang periklanan yang ada di Kota Pekanbaru, berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) Kota Pekanbaru.

## II. POPULASI DAN SAMPEL

Populasi / *universe* yang saya maksudkan adalah jumlah keseluruhan objek sampel industri *advertising* yang berada di Kota Pekanbaru. Jumlah keseluruhan objek disini berjumlah 48 usaha *advertising* dan dibagi ke dalam 4 kategori kelompok berdasarkan unit usaha masing-masing yaitu; Bidang Sablon, Bidang Reklame, Bidang Spanduk, Bidang Iklan ( web baris ).

## III. JENIS DAN SUMBER DATA

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data *primer* dan data *sekunder* , yaitu:

### a. Data Primer

Merupakan data mentah yang diperoleh langsung dari objek penelitian, yaitu data yang diperoleh langsung dari industri-industri yang bergerak dibidang *advertising*. Selain itu, juga melakukan observasi untuk melihat secara langsung kegiatan dari industry *advertising* tersebut.

### b. Data Sekunder

Yaitu data yang berasal dari instansi atau dinas-dinas yang terkait langsung atau tidak langsung dalam penelitian ini, yaitu Badan Pusat Statistik (BPS), Dinas Perindustrian dan

Perdagangan (Dispenrindag) Kota Pekanbaru, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Riau serta instansi-instansi lainnya yang dianggap berkaitan dengan penelitian ini.

## IV. METODE PENGUMPULAN DATA

Di dalam pengumpulan data-data yang diperlukan, digunakan teknik sebagai berikut:

- a. Kuisioner, daftar pertanyaan yang berhubungan dengan data-data yang dibutuhkan dalam penlitian.
- b. Interview, dilakukan dengan cara mewawancarai pengusaha *advertising* mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian dengan menggunakan daftar yang telah disusun sebelumnya.
- c. Observasi, dalam hal ini penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian yaitu melihat langsung kegiatan produksi yang dilakukan oleh usaha *advertising* itu sendiri.

## V. ANALISIS DATA

Metode analisis yang digunakan menggunakan bantuan program Microsoft Excel 2007, dengan perhitungan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengklasifikasikan semua biaya-biaya yang dikeluarkan ke dalam biaya variabel (*variable cost*) dan biaya tetap (*fixed cost*).
2. Mengklasifikasikan harga eceran tertinggi untuk tiap produk yang dihasilkan oleh industri *advertising*.
3. Mengklasifikasikan biaya variabel untuk tiap satuan produk yang akan dihasilkan oleh industri *advertising*.

Untuk menghitung jumlah hasil penjualan *break even point* dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Sutojo, 2002 : 123):

$$N = \frac{BT}{b - bv}$$

N = Jumlah penjualan *break even point* yang dicari

BT = Biaya tetap

b = Harga satuan unit produk

bv = Biaya variabel tiap satuan produk

Biaya tetap yaitu:

1. Sewa lahan
2. Penyusutan alat dan bangunan, dsb

Biaya variabel yaitu:

1. Tenaga kerja

2. Bahan baku
3. Biaya produksi
4. Biaya olahan, dll

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### I. HASIL PENELITIAN

#### a. Struktur Umur

Berdasarkan klasifikasi umur usahawan yang melakukan kegiatan industri *advertising* di Kota Pekanbaru pada usia 35-40 tahun. Untuk mengetahui struktur umur usahawan tersebut dapat dilihat pada tabel 5.1 berikut ini :

**Tabel 5.1 : Tingkat Umur Responden Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No.	Tingkat Umur (Tahun)	Jumlah (Respon-den)	Persentase (%)
1	35 – 40	28	58.3
2	41 – 50	14	29.2
3	51 – 60	6	12.5
Jumlah		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Dari tabel di atas dapat dilihat tingkat umur dari responden pengusaha industri *advertising*. Untuk tingkat umur 35-40 tahun masing-masing sebanyak 28 orang atau sebesar 58,3%, umur 41-50 tahun masing-masing sebanyak 14 orang atau sebesar 29,2%, dan untuk umur 51-60 tahun masing-

masing sebanyak 6 orang atau sebesar 12,5%.

#### b. Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan maka cara berpikir akan lebih baik dan akan lebih rasional. Bila dilihat dari jenjang pendidikan responden yang menjadi pengusaha *advertising* di Kota Pekanbaru memiliki pendidikan yang bervariasi. Untuk lebih jelasnya berikut dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut ini:

**Tabel 5.2 : Tingkat Pendidikan Responden Industri Advertising**

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	S1	11	22,9
2	D3	28	58.3
3	SMA / SMK	9	18,8
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber Data : Data Primer 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat seberapa besar tingkat pendidikan responden pengusaha di bidang *advertising* di Kota Pekanbaru. Untuk tingkat pendidikan SMA/ SMK masing-masing sebanyak 9 orang atau sebesar 18,8%, tingkat pendidikan D3 masing-masing sebanyak 28 orang atau sebesar 58,3%, dan untuk tingkat pendidikan

S1 masing-masing sebanyak 11 orang atau sebesar 22,9%.

#### c. Jumlah Tanggungan

Berdasarkan klasifikasi jumlah anggota (tanggungan) responden dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut ini:

**Tabel 5.3 : Jumlah Tanggungan Responden Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Jumlah Tanggungan (Orang)	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	0 – 2	28	58.3
2	3 – 4	15	31.3
3	4 – 5	3	6.3
4	>5	2	4.2
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Dari tabel 5.3 dapat dilihat jumlah tanggungan untuk 0-2 orang masing-masing sebanyak 28 orang atau sebesar 58,3%, untuk jumlah tanggungan 3-4 orang masing-masing sebanyak 15 orang atau sebesar 31,1%, untuk jumlah tanggungan 4-5 orang masing-masing sebanyak 3 orang atau sebesar 6,3%, dan untuk jumlah tanggungan lebih dari 5 orang sebanyak 2 orang atau sebesar 4,2%.

#### d. Lama Usaha

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai lamanya usaha *advertising* pada kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel berikut ini. Untuk

mengetahui lebih lanjut mengenai lamanya berusaha dari peternak ikan dapat dilihat pada tabel 5.4 berikut:

**Tabel 5.4 : Lama Responden Menjalankan Usaha Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Lama Usaha (Tahun )	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	1 – 5	9	18.8
2	6 – 10	18	37.5
3	11 – 15	13	27.1
4	16 – 20	8	16.7
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Berdasarkan tabel 5.4 diatas diketahui bahwa lamanya usaha yang telah berjalan 1 – 5 tahun masing-masing sebanyak 9 orang atau sebesar 18,8%, lamanya usaha yang telah berjalan 6 – 10 tahun masing-masing sebanyak 18 orang atau sebesar 37,5%, lamanya usaha yang telah berjalan 11 – 15 tahun masing-masing sebanyak 13 orang atau sebesar 27,1%, dan lamanya usaha yang berjalan 16 – 20 tahun masing-masing sebanyak 8 atau sebesar 16,7%.

#### e. Sumber Modal Usaha

Sumber modal bisa berasal dari pinjaman Bank, modal pribadi ataupun merupakan pinjaman lainnya. Untuk melihat secara jelas dapat dilihat dari tabel 5.5 berikut ini:

**Tabel 5.5 : Sumber Modal Responden Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Sumber Modal	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	Modal Pribadi	8	16.7
2	Pinjaman Bank	29	60.4
3	Pinjaman lain	11	22.9
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat modal yang bersumber pada modal pribadi sebanyak 8 orang atau sebesar 16,7%, modal yang bersumber pada pinjaman Bank sebanyak 29 orang atau sebesar 60,4%, dan modal yang bersumber pada pinjaman lainnya yaitu sebanyak 11 orang atau 22,9%.

#### f. Jumlah Tenaga Kerja

Untuk melihat seberapa banyak jumlah tenaga kerja yang digunakan dalam usaha *advertising* dapat dilihat dari tabel 5.6 berikut ini:

**Tabel 5.6 : Jumlah Tenaga Kerja Responden Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	0 – 3	14	29.2
2	4 – 7	11	22.9
3	8 – 10	8	16.7
4	11 – 15	15	31.3
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Berdasarkan tabel 5.6 diatas dapat dilihat jumlah tenaga kerja 0-3 orang sebanyak 14 responden atau sebesar 29,2%, tenaga kerja 4-7 orang sebanyak 11 responden atau sebesar 22,9%, tenaga kerja 8-10 orang sebanyak 8 responden atau sebesar 16,7% dan untuk tenaga kerja 11-15 orang sebanyak 15 responden atau sebesar 31,3%.

#### g. Pendapatan

Untuk melihat jumlah pendapatan industri *advertising* per bulan dapat dilihat pada tabel 5.7 berikut ini:

**Tabel 5.7 : Tabel Jumlah Pendapatan Industri Advertising Per Bulan Tahun 2013 di Kota Pekanbaru**

No	Jumlah Pendapatan (Rupiah)	Jumlah (Responden)	Persentase (%)
1	< 2,000,000	6	12.5
2	2,100,000 - 3,000,000	8	16.7
3	3,100,000 - 4,000,000	14	29.2
4	> 4,000,000	20	41.7
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pendapatan < Rp2.000.000,- sebanyak 6 responden atau sebesar 12,5% per bulan. Jumlah pendapatan Rp2.100.000 – Rp 3.000.000,- sebanyak 8 responden atau sebesar 16,7 % per bulan. Jumlah pendapatan Rp 3.100.000 – Rp 4.000.000,- sebanyak 14 responden atau sebesar 29,2 % per

bulan. Dan untuk jumlah pendapatan >Rp4.000.000,- sebanyak 20 responden atau sebesar 41,7 % per bulan. Jumlah pendapatan >Rp 4.000.000,- merupakan pendapatan perbulan terbanyak.

#### h. Status Kepemilikan Usaha

Kepemilikan usaha terbagi atas perusahaan perseorangan ( pribadi ), firma, dan *commanditaire vennootschaap* ( CV ). Perusahaan perseorangan didirikan dan dimiliki oleh seseorang secara pribadi bertanggung jawab penuh atas semua resiko dan aktivitas yang dijalankan perusahaan. Kepemilikan usaha firma didirikan oleh dua orang tau lebih dan menjalankan usaha atas nama perusahaan. Sedangkan *commanditaire vennootschaap* ( CV ) suatu bentuk badan usaha bisnis yang didirikan dan dimiliki oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama dengan tingkat keterlibatan yang berbeda-beda di tiap anggotanya. Untuk melihat status kepemilikan usaha *advertising* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.8 : Tabel Status Kepemilikan Usaha *Advertising* di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Jenis Status Kepemilikan Usaha	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Perseorangan	28	58.3
2	Firma	18	37.5
3	CV	2	4.2
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Primer 2013

Dari tabel 5.8 diatas bahwa status kepemilikan perseorangan dari industri *advertising* sebanyak 28 responden atau sebanyak 58,3 %. Status kepemilikan firma sebanyak 18 responden atau sebesar 37,5 %. Dan status kepemilikan CV sebanyak 2 responden atau sebesar 4,2 %. Status kepemilikan perseorangan merupakan status kepemilikan usaha *advertising* terbanyak.

## II. PEMBAHASAN

### 1. Produksi Industri *Advertising*

Dengan mengelompokkan produksi *advertising* yang terdiri atas produk Sablon, Reklame, Spanduk dan Iklan ( web baris ) rata-rata produksi usaha *advertising* di Kota. Diketahui hasil prsoduksi rata-rata perbulan dari hasil produksi *advertising* yaitu 95 unit dengan hasil produk yang masing-masing terdiri dari sablon, reklame,

spanduk dan iklan. Dengan jumlah rata-rata untuk produksi sablon yaitu sebesar 29 unit, rekalamasebesar 13 unit, spanduk 33 unit dan untuk produk iklan sebesar 10 unit perbulan.

### 2. Biaya

Biaya produksi produk yang digunakan dalam usaha *advertising*, terdiri dari biaya investasi, biaya tetap dan biaya variabel.

#### 1. Biaya Investasi.

Biaya investasi merupakan biaya awal yang digunakan untuk membeli barang-barang modal atau barang yang penggunaannya lebih dari satu tahun. Biaya investasi ini terdiri dari investasi bangunan dan investasi peralatan. Untuk biaya investasi rata-rata responden mengeluarkan Rp86,919,166,-. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.9 : Rata-rata Biaya Investasi Industri *Advertising* di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No.	Investasi	Biaya Investasi (Rp)
1	Mesin Cetak	120.041.667
2	Mesin Bor	3.078.750
3	PC/Laptop	6.016.667
4	Cutter	160.868
<b>Total Biaya Investasi</b>		129.297.952

Sumber : Olahan Data Penelitian 2013



Dari tabel diatas dapat dilihat biaya investasi yang dikeluarkan untuk mesin cetak dengan rata-rata harga perolehan sebesar Rp120.041.667,- , untuk biaya investasi mesin bor rata-rata harga perolehan sebesar Rp3.078.750,- , biaya investasi laptop / pc dengan rata-rata harga perolehan sebesar Rp6.016.667,- , biaya investasi cutter dengan rata-rata harga perolehan sebesar Rp160.868,- .

## 2. Biaya Tetap ( Fixed Cost )

Biaya tetap adalah biaya yang di keluarkan yang besar kecilnya tidak mempengaruhi terhadap hasil produknya nanti. Biaya ini terdiri dari biaya penyusutan dan biaya perawatan. Untuk biaya tetap yang harus dikeluarkan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 5.10 : Biaya Tetap Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Produk	Biaya Tetap (Rp/ Bulan )
1	Sablon	435.000
2	Reklame	1.023.333
3	Spanduk	690.000
4	Iklan ( Iklan web baris )	80.000
<b>Jumlah</b>		<b>2.228.333</b>

Sumber : Olahan Data Penelitian Tahun 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat besarnya biaya tetap yang dikeluarkan industri advertising di

Kota Pekanbaru tahun 2013 yaitu pada produksi sablon sebesar Rp435.000,-/bulan, reklame sebesar Rp1.023.333,-/bulan, spanduk sebesar Rp690.000,-/bulan, dan iklan sebesar Rp80.000,-/bulan. Adapun biaya tetap terbesar yaitu biaya tetap pada produksi reklame sebesar Rp1.023.333,-/bulan.

## 3. Biaya Variabel ( Variable Cost )

Biaya variabel atau biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya akan berpengaruh terhadap hasil produksinya. Biaya tidak tetap meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya lainnya. Untuk melihat lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.11 berikut ini:

**Tabel 5.11 : Biaya Variabel Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Produk	Biaya Variabel (Rp/Bulan)
1	Sablon	1.035.000
2	Reklame	3.175.000
3	Spanduk	2.850.000
4	Iklan	1.350.000
<b>Jumlah</b>		<b>8.410.000</b>

Sumber : Olahan Data Penelitian 2013

Dari tabel diatas dapat dilihat biaya variabel untuk masing-masing produksi advertising yaitu untuk produksi sablon biaya variabelnya sebesar Rp1.035.000,-/bulan, reklame sebesar Rp3.175.000,-/bulan, spanduk sebesar

Rp2.850.000,-/bulan, dan iklan sebesar Rp1.350.000,-/bulan. Adapun biaya variabel terbesar yaitu biaya variabel pada produksi reklame sebesar Rp3.175.000,-/bulan.

### 3. Pemasaran

Untuk lebih jelas melihat strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha *advertising* di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

**Tabel 5.12 : Persentase Pemasaran Produk Industri Advertising di Kota Pekanbaru Tahun 2013**

No	Pemasaran	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Melalui Toko	17	35.4
2	Melalui Tender	13	27.1
3	Melalui Promo	6	12.5
4	Melalui Baliho	12	25.0
<b>Jumlah</b>		48	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2013

Berdasarkan tabel 5.12 diatas dapat dilihat strategi pemasarn yang dilakukan pengusaha bidang *advertising* dengan pemasaran yang hanya dilakukan dari toko / kantor produksi sebanyak 17 pengusaha / responden atau sebesar 25,4%, pemasaran yang dilakukan melalui adanya kegiatan tender yaitu sebanyak 13 responden atau sebesar 27,1%, pemasaran yang

dilakukan melalui iklan / promo sebanyak 6 responden atau sebesar 12,5%, dan untuk pemasaran melalui baliho sebanyak 12 responden atau sebesar 25,0%.

### 4. Harga Jual

Penentuan harga jual produk haruslah dilakukan dengan pertimbangan dan perhitungan yang cermat, karena sangat mempengaruhi bagaimana pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran perusahaan. Kesalahan dalam menentukan harga jual dapat membuat perusahaan akan mengalami kerugian. Jika harga jual terlalu murah, maka perusahaan mengalami kerugian, sedangkan jika harga jual terlalu mahal, maka produk tersebut tidak laku di pasaran sehingga perusahaan rugi. Oleh karena itu, harga jual harus ditentukan secara tepat, agar menguntungkan perusahaan. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi harga jual yaitu :

- Customers atau Pelanggan  
Pelanggan dapat mempengaruhi harga berdasarkan fitur yang terdapat pada produk terssebut serta kualitasnya.
- Competitors atau Pesaing  
Perusahaan harus memperhatikan apa yang dilakukan oleh pesaingnya, termasuk harga jual produk mereka, yang bisa

menjadi substitusi produk tersebut.

c. Cost atau Biaya

Semakin tinggi biaya produksi produk tersebut, maka semakin mahal produk tersebut dijual.

Adapun rata-rata harga jual untuk setiap produk advertising yaitu untuk sablon sebesar Rp28.026,- , untuk biaya rata-rata harga jual produk reklame sebesar Rp121.026,- , untuk biaya rata-rata harga jual produk spanduk Rp28.000,- dan rata-rata harga jual produk iklan sebesar Rp40.000,-.

## 5. Penerimaan

Didalam memproduksi suatu barang, ada dua hal yang menjadi fokus utama dari seorang pengusaha dalam rangka mendapatkan keuntungan yang maksimum, yaitu ongkos (*cost*) dan penerimaan (*revenue*). Penerimaan adalah jumlah uang yang diperoleh dari penjualan sejumlah output atau dengan kata lain merupakan segala pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan hasil dari penjualan hasil produksinya (Hertoniraditia, 2013:1).

Jumlah penerimaan dapat dilihat bahwa total produksi yang dihasilkan dari usaha advertising untuk rata-rata total produksi adalah sebesar Rp16.848.577,- per bulan. Dengan jumlah biaya produksi yang

dikeluarkan sebesar Rp10.638.333,- per bulan sehingga jumlah penerimaan yang diperoleh adalah sebesar Rp6.210.244,-.

## III. ANALISIS *BREAK EVEN POINT* (BEP)

Analisis *break event* dapat dirasakan manfaatnya apabila titik *break event* dapat dipertahankan selama periode tertentu. Keadaan ini dapat dipertahankan apabila biaya-biaya dan harga jual adalah konstan, karena naik turunnya harga jual dan biaya akan mempengaruhi titik *break event point*. *Break even point* pada industri advertising di Kota Pekanbaru adalah sebagai berikut:

$$N = \frac{BT}{b - bv}$$

- Break Even Point Unit Produksi Sablon

$$N = \frac{435.000}{28.026 - 3.485}$$

$$N = \frac{435.000}{24.541}$$

$$N = 18$$

Dari perhitungan BEP unit diatas dapat dilihat bahwa produksi sablon mengalami titik impas pada produksi sablon 18 unit. Artinya pada jumlah produksi 18 unit, industri advertising

tidak mengalami rugi ataupun rugi. Oleh karena itu, untuk mendapatkan keuntungan industri advertising harus memproduksi produk sablon lebih dari 18 unit produk per bulan.

- Break Even Point Unit Produksi Reklame

$$N = \frac{1.023.333}{121.026 - 1.604}$$

$$N = \frac{1.023.333}{119.422}$$

$$N = 9$$

Berdasarkan perhitungan diatas untuk produksi reklame, akan mengalami titik impas pada produksi 9 unit. Artinya produksi reklame ini tidak mengalami untung atau rugi pada jumlah produksi 9 unit. Dan untuk mendapatkan keuntungan industri advertising harus memproduksi lebih dari 9 unit produk per bulan.

- Break Even Point Produksi Spanduk

$$N = \frac{690.000}{28.000 - 7.500}$$

$$N = \frac{690.000}{20.500}$$

$$N = 34$$

Dari perhitungan BEP unit diatas dapat dilihat industri advertising

untuk produk spanduk mengalami titik impas pada jumlah produksi spanduk 34 unit. Artinya dalam jumlah ini, industri advertising tidak mengalami untung ataupun rugi. Untuk mendapatkan keuntungan industri advertising harus memproduksi lebih dari 34 unit produk per bulan.

- Break Even Point Produksi Iklan (iklan web baris)

$$N = \frac{80.000}{40.000 - 16.875}$$

$$N = \frac{80.000}{23.125}$$

$$N = 3$$

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa titik *break even point* industri advertising untuk produk iklan berada pada titik 3 unit produk. Artinya jika penjualan dilakukan sebanyak 3 unit produk maka produksi usaha advertising berada pada titik impas atau *break even point*. Oleh karena itu guna mendapatkan keuntungan atau *profit* maka pengolahan pakan harus mampu menjual lebih dari 3 unit produk per bulan.

Untuk analisis titik *break even point* industri *advertising* dalam satuan rupiah maka dapat dihitung besarnya harga jual dalam keadaan *break even point* atau titik impas sebagai berikut:

- Break Even Point Rupiah Produksi Sablon

$$N = \frac{435.000}{28.026 - 3.485} \times 28.026$$

$$N = \frac{435.000}{24.541} \times 28.026$$

$$N = 496.773$$

Berdasarkan perhitungan BEP rupiah untuk produksi sablon berada pada titik impas pada penjualan hasil produksi sablon sebesar Rp496.773,-. Artinya jika penjualan dilakukan sebesar Rp496.773,- maka industri *advertising* tidak mengalami untung ataupun rugi. Oleh karena itu guna mendapatkan keuntungan atau *profit* maka pengusaha industri *advertising* harus mampu menjual produk *advertising* lebih dari Rp496.773,- per bulan.

- Break Even Point Rupiah Produksi Reklame

$$N = \frac{1.023.333}{121.026 - 1.604} \times 121.026$$

$$N = \frac{1.023.333}{119.422} \times 121.026$$

$$N = 1.037.078$$

Berdasarkan perhitungan BEP rupiah untuk produksi reklame berada pada titik impas pada penjualan hasil produksi reklame sebesar Rp1.037.078,-. Artinya jika penjualan dilakukan sebesar Rp1.037.078,- maka industri *advertising* tidak mengalami untung ataupun rugi. Oleh karena itu guna mendapatkan keuntungan atau *profit* maka pengusaha industri *advertising* harus mampu menjual produk *advertising* lebih dari Rp1.037.078,- per bulan.

- Break Even Point Rupiah Produksi Spanduk

$$N = \frac{690.000}{28.000 - 7.500} \times 28.000$$

$$N = \frac{690.000}{20.500} \times 28.000$$

$$N = 942.439$$

Berdasarkan perhitungan BEP rupiah untuk produksi spanduk berada pada titik impas pada penjualan hasil produksi spanduk sebesar Rp942.439,-. Artinya jika penjualan dilakukan sebesar Rp942.439,- maka industri *advertising* tidak mengalami untung ataupun rugi. Oleh karena itu guna mendapatkan keuntungan atau *profit* maka pengusaha industri *advertising* harus mampu menjual produk

*advertising* lebih dari Rp942.439,-per bulan.

- Break Even Point Rupiah  
Produksi Iklan

$$N = \frac{80.000}{40.000 - 16.875} \times 40.000$$

$$N = \frac{80.000}{23.125} \times 40.000$$

$$N = 138.378$$

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa titik *break event point* usaha industri *advertising* untuk produk iklan berada pada titik Rp138.178,-. Artinya jika penjualan dilakukan sebesar Rp138.178,- maka produksi usaha *advertising* berada pada titik impas atau *break event point*. Oleh karena itu guna mendapatkan keuntungan atau *profit* maka pengusaha industri *advertising* harus mampu menjual produk *advertising* lebih dari Rp138.178,- per bulan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang analisis usaha *advertising* di Kota Pekanbaru, dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa total produksi yang dihasilkan dari usaha *advertising* untuk rata-rata produksi adalah sebesar Rp16.848.577,- per bulan. Dengan jumlah biaya produksi yang dikeluarkan sebesar Rp10.638.333,- sehingga jumlah penerimaan yang diperoleh adalah sebesar Rp6.210.244,-
2. Untuk nilai BEP (titip impas) untuk BEP unit produksi sablon sebesar 18 unit, dimana industri *advertising* mampu memproduksi sebanyak 78 unit produksi sablon per bulannya. Sedangkan untuk BEP rupiah, produksi sablon berada titik impas pada penjualan hasil produksi sebesar Rp496.773,- . Ini dapat dikatakan bahwa industri *advertising* pada produksi sablon layak untuk dijadikan peluang usaha dimana industri *advertising* mampu memproduksi lebih dari 18 unit produk sablon.
3. Untuk nilai BEP (titip impas) untuk BEP unit produksi reklame sebesar 9 unit, dimana industri mampu memproduksi sebanyak 51 unit produksi reklame per bulannya. Sedangkan untuk BEP rupiah, produksi sablon berada titik impas pada penjualan hasil produksi sebesar Rp 1.037.078,- . Ini dapat

dikatakan bahwa industri *advertising* pada produksi sablon layak untuk dijadikan peluang usaha dimana industri *advertising* mampu memproduksi lebih dari 9 unit produk sablon.

4. Untuk nilai BEP (titip impas) untuk BEP unit produksi spanduk sebesar 34 unit, dimana industri *advertising* hanya mampu memproduksi sebanyak 190 unit produksi spanduk per bulannya. Sedangkan untuk BEP rupiah, produksi spanduk berada titik impas pada penjualan hasil produksi sebesar Rp942.439,- . Ini dapat dikatakan bahwa industri *advertising* pada produksi spanduk layak untuk dijadikan peluang usaha dimana industri *advertising* karena mampu memproduksi lebih dari 34 unit produk spanduk.
5. Untuk nilai BEP (titip impas) untuk BEP unit produksi iklan sebesar 3 unit, dimana industri *advertising* mampu memproduksi sebanyak 80 unit produksi iklan per bulannya. Sedangkan untuk BEP rupiah, produksi iklan berada titik impas pada penjualan hasil produksi sebesar Rp138.378,- . Ini dapat dikatakan bahwa industri *advertising* pada produksi iklan

layak untuk dijadikan peluang usaha dimana industri *advertising* mampu memproduksi 3 unit produk iklan web baris.

## 2. SARAN

1. Untuk meningkatkan penerimaan usaha *advertising* yang dilaksanakan di Kota Pekanbaru diharapkan agar dalam melakukan proses kegiatan produksi *advertising* menggunakan peralatan serta bahan yang baik agar kualitas tetap terjamin
2. Pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan motivasi dalam pengembangan industri *advertising* dan juga pendekatan pada pengusaha *advertising* lainnya agar dapat diberikan pengertian akan pentingnya izin usaha yang dilakukan. Serta motivasi dalam peminjaman modal agar usaha yang telah dijalankan dapat lebih berkembang dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

Hasibuan, Nurmansyah dan Wan Usman. 2001, *Industrialisasi Berbasis Pertanian*, Erlangga: Jakarta.

- Halim, Abdul. 2002, *Dasar-dasar Akuntansi Biaya*, Edisi Keempat: Yogyakarta: BPFE.
- Halim Herman Edyanus. 2002, *Menjadi Wirausaha Handal*, Bahana Press: Pekanbaru.
- Husnan, Suad dan Muhammad, Suwarsono. 2005, *Studi Kelayakan Proyek ; Edisi Keempat*, UPP AMP YKPN: Yogyakarta.
- Huria, Candra. 2013, *Analisis Usaha Pengolahan Pakan Ikan di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar* : Universitas Riau. Skripsi
- Kieso, Donald E., Jerry J. Weygandt, dan Terry D. Warfield. 2002, *Akuntansi Intermediete*, Terjemahan Emil Salim, Jilid 1, Edisi Kesepuluh, Penerbit Erlangga : Jakarta.
- Marnis. 2008, *Pengantar Bisnis*, Unri Press: Pekanbaru.
- Mulyadi. 2003, *Ekonomi Sumber Daya Manusia dalam Perspektif Pembangunan PT.Raja Grafindo Persada* : Jakarta.
- Mulyadi. 2005, *Akuntansi Biaya*; edisi 5, Aditya Media: Yogyakarta.
- Nitisemito, Alex S. dan Burhan, Umar. 2004, *Wawasan Studi Kelayakan dan Evaluasi Proyek*, Edisi Refisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nicholson, Walter. 2000, *Teori Mikro Ekonomi I*, Edisi Revisi, Rajawali: Jakarta.
- Nofiandri. 2003, *Manajemen Praktis ; UKM dan Koperasi*, Penerbit UNRI Press: Pekanbaru.
- Simamora, Henry. 2003. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simanjuntak, Payaman, J. 2001, *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia : Jakarta.
- Sitomorang, Alam.2008. *Ekonomi Jilid 1 untuk SMA / MA Kelas X*, Jakarta : ESIS
- Soeharto, Imam, Ir. 2004, *Manajemen Proyek ; Dari Konseptual Sampai Operasional*, Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Soekartawi. 2001, *Pengantar Agroindustri*, PT.Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sukirno, Sadono. 2002, *Pengantar Teori Makro Ekonomi*, PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Suparmoko, M, Drs, MA, PHD. 2000, *Pengantar Ekonomi Makro*, BPFE: Yogyakarta.



Sutojo, Siswanto. 2002, *Studi Kelayakan Proyek, Konsep, Teknik dan Kasus*, PT. Damar Mulia Pustaka: Jakarta.

Tambunan, Tulus. 2002, *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*, PT.Mutiara Sumber Widya: Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2005, *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing: Malang

Umar, Husein, Drs, SE, MM, MBA. 2005, *Studi Kelayakan Bisnis ; Manajemen, Metode dan Kasus*, PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Wibowo, Singgih dkk. 2004, *Petunjuk Mendirikan Perusahaan Kecil*, Panel Swadaya: Jakarta.

Wijaya, Farried, Dr, M.MA. 2000, *Ekonomika Makro ; Seri Pengantar Ekonomika Edisi 3*, BPFE: Yogyakarta.

Widjajanta, B. dan A. Widyaningsih. 2009, *Mengasah Kemampuan Ekonomi 1 : Untuk Kelas X SMA/MA*, Departemen Pendidikan Nasional : Jakarta.

Winardi. 2002, *Economy Theorithic Micro*, Tarsito: Bandung.

Zulkarnain. 2001, *Pembangunan Ekonomi Kerakyatan* : Unri Press.

-----  
[www.zainalhakim.web.id/sejarah-dan-perkembangan-periklanan.html](http://www.zainalhakim.web.id/sejarah-dan-perkembangan-periklanan.html)

----- [www.getskripsi.com](http://www.getskripsi.com)

----- [www.jurnalskripsi.com](http://www.jurnalskripsi.com)

-----  
<http://www.iskandarst.com/industri-periklanan-kreatif/>

----- [www.riaupos.com](http://www.riaupos.com)